

กิตติ นิลใบ นงนุช อินทร์วิเศษ และ สวิตา สาระจันทร์ ปัจจัยในการกำหนดราคาหนังสือเล่ม โดยใช้วิธีแบบจำลอง Hedonic Pricing Model. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติสาขาเศรษฐศาสตร์ปี 2560 “ความผันผวนของเศรษฐกิจโลกต่อความยั่งยืนของอาเซียน” จัดโดยคณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยรามคำแหง เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2560 หน้า 2-113 – 2-145
ปัจจัยในการกำหนดราคาหนังสือเล่ม โดยใช้วิธีแบบจำลอง Hedonic Pricing Model¹

Factors Determining the Prices of Books : A Hedonic Price Analysis

สวิตา สาระจันทร์^{1*} กิตติ นิลใบ² และ นงนุช อินทร์วิเศษ³

Sarida Sarajan^{1*}, Tawin Nilbai² and Nongnut Intarawiset³

บทคัดย่อ

การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงคุณลักษณะของหนังสือที่มีผลต่อการกำหนดราคาหนังสือ โดยใช้ข้อมูลราคา และคุณลักษณะเฉพาะของหนังสือ จำนวน 100 เล่ม จาก 4 สำนักพิมพ์ที่วางจำหน่ายในร้านหนังสือ นำมายิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Hedonic Pricing โดยเปรียบเทียบแบบจำลอง 3 รูปแบบคือ แบบเส้นตรง (Linear) แบบกึ่งล็อก (Se-mi log) และแบบล็อก (Double log) ผู้วิจัยได้เลือกรูปแบบสมการเส้นตรง เนื่องจาก มีค่า R^2 สูงสุด ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะหนังสือ ได้แก่ จำนวนหน้า ขนาดของเล่ม สี และการเย็บเล่ม มีนัยสำคัญทางสถิติในการกำหนดราคาหนังสือ รวมทั้งมีทิศทางความสัมพันธ์กับราคาหนังสือเป็นไปตามสมมุติฐานที่กำหนด สรุปว่า ราคานี้จะต่ำกว่าราคานี้จะสูงกว่าราคานี้จะเป็น ข้อค้นพบนี้สะท้อนให้เห็นว่า สำนักพิมพ์มีการแบ่งขันด้านราคา และใช้กลยุทธ์การกำหนดราคาให้ต่ำ เพื่อจูงใจให้คนซื้อหนังสือเล่มแทนทางเดือกอื่น

คำสำคัญ: ราคาหนังสือ, คุณลักษณะของหนังสือ, Hedonic Pricing Model

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² รองศาสตราจารย์ ดร. ประจักษณ์เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³ อาจารย์ ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

*Corresponding author E-mail address: sarida@se-ed.com

Abstracts

This study aims to study the characteristics of books that affect book pricing. Using price information and unique features of 100 books from 4 publishers available in bookstores. The Hedonic Pricing model was compared by using linear model, Se-mi log model and Double log model. Because of the maximum R^2 value. Book features include the number of pages, the size of the book, the size of the print, the color (texture), and binding, which significant statistical significance in book pricing. Including direction, the relationship with book prices is based on the assumption set. Features cover paper and reputation of publishing. No significant in book pricing. It also found that. The price that each publisher determines most will be lower than the price it should be. This discovery reflects that. Publishers have a competitive price and low pricing strategy. To encourage people to buy books instead of alternatives.

Keywords: book price, book feature, Hedonic Pricing Model

บทนำ

เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านองค์ความรู้และนวัตกรรมที่เป็นตัวขับเคลื่อนให้เทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้มนุษย์เราได้รับความสะดวกสบายยิ่งๆ ขึ้นมาอย่างมากมายในทุกๆ ด้าน วิธีชีวิตของผู้คนทั่วโลกจะถูกโยงให้เกี่ยวข้องกับมันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้กับเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพราะนอกจากจะเป็นศูนย์รวมของข้อมูลข่าวสารที่ไม่มีขอบเขตจำกัดแล้ว อินเทอร์เน็ตยังเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้คนที่มีประสิทธิภาพไม่น้อย จึงไม่น่าแปลกใจที่ทุกวันนี้ อินเทอร์เน็ตจะกลายเป็นส่วนสำคัญในชีวิตประจำวันของผู้คนไปแล้ว

ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากปัจจัยดังกล่าว มีผลกระทบต่อการผลิตหนังสือด้วยเช่นกัน หนังสือได้มีการเปลี่ยนแปลงจากรูปแบบหนังสือที่พิมพ์บนกระดาษ (paper) มาเป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (electronic book) หรือที่เรียกว่า e-book ที่สามารถอ่านได้ด้วยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่น บันคอมพิวเตอร์ บันสมาร์ทโฟน นอกจากนี้ ยังมีรูปแบบที่เรียกว่า หนังสือเสียง (Audio Book) ที่ผลิตออกมากในรูปแบบเสียงพูดและบรรยายเป็นไฟล์ข้อมูลในรูปแบบซีดีหรือดีวีดี การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้ผู้ที่ในวงการสิ่งพิมพ์และธุรกิจสำนักพิมพ์ ต้องเริ่มทำการปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตหนังสือ จากทรัพยากรหلكคือ กระดาษ ให้มีเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ส่วน

หนึ่งเป็นผลมาจากการที่ทรัพยากรหลักนั้นเริ่มนิ่งมาก ทำให้วัตถุดินโดยเฉพาะไม่ที่นำมาผลิตระยะเวลาเริ่มขาดแคลน

ในปี พ.ศ. 2558 ถือว่าเป็นปีที่อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ไทยเข้าสู่วิกฤติอย่างแท้จริง และยังต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ทั้งจาก “พฤติกรรมผู้อ่าน” ที่เปลี่ยนไปตามเทคโนโลยี เลิกพกอ่านข้อมูลบนหน้ากระดาษหันมาสไลด์ขออุ่นสีที่สันในผ่านโลกออนไลน์ และจากภาวะเศรษฐกิจโดยรวมที่ทรุดตัวร้อนกันทั่วโลก ส่งผลกระทบต่อเม็ดเงินโฆษณาซึ่งเป็น “หัวน้ำเลี้ยงหลัก” ของธุรกิจสิ่งพิมพ์หลาย ๆ แขนง สิ่งที่ตามมาก็คือ นิตยสารดังหลายฉบับต้องประกาศปิดตัวลง หลังจำนวนเงินโฆษณาในช่วง 10 ปีหลังลดลงถึงกว่า 1 ใน 3 ขณะที่หนังสือพิมพ์นั้นแม้ว่าเงินโฆษณาจะลดลงน้อยกว่า แต่รายฉบับก็ประกาศปิดตัวและไม่รับพนักงานเพิ่ม

ผลกระทบในทางธุรกิจกับสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นหนังสือเล่ม จะต่างกันนิตยสาร หรือหนังสือพิมพ์ เพราะจะได้รับผลกระทบที่น้อยกว่า ซึ่งเป็นเพราะข้อดีของหนังสือเล่ม ที่โครงสร้างรายได้เกือบทั้งหมดมาจากขาย “ไม่ได้พึ่งพิงโฆษณาเหมือนกับสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ รวมถึงเนื้อหาที่ไม่หมาดอายุเริ่ว บางชื่อรึ่งผ่านไปหลายปีก็ยังกลับมาอ่านได้ ไม่ตกบุคคลสมัย ไม่รวมถึงรูปแบบการอ่านเนื้อหาบางอย่างที่จะได้อรรถรสสูงสุดต้องอ่านจากหนังสือเล่มเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม มีเสียงสะท้อนจากผู้บริโภคกลับมาว่าหนังสือเล่มของไทยมีราคาแพง จนไม่อยากซื้ออีกต่อไป ถึงกระนั้น แม้ว่าจะเห็นว่ามีราคามาก แต่ผู้บริโภคก็ไม่ถึงกับไปอ่าน e-book ซึ่งประเทศไทยยังเป็นตลาดที่เล็กมาก เนื่องจากข้อจำกัดเรื่องเทคโนโลยี ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว ผู้ที่อยู่ในการหนังสือเล่มมีเหตุผลที่จะน้อยกว่า การตั้งราคาขายแต่ละปกมี “ที่มาที่ไป” ที่สามารถอธิบายได้ จาก 3 ผู้เกี่ยวข้องหลัก ๆ คือ สำนักพิมพ์ สายสั่ง และร้านหนังสือ

นอกจากนี้ จากการที่พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง และผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้บริโภคพิจารณาเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น ตั้งสำคัญที่ใช้ในการพิจารณา ก็คือ ราคากลางๆ ของสินค้า ฯ ซึ่งหนังสือเล่มก็ใช้การพิจารณาจากข้อมูลตั้งกล่าววนนี้ ทำให้สำนักพิมพ์ต้องทบทวนในการตั้งราคาหนังสือและพิจารณาขายที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถยอมรับในราคางกล่าวได้ แต่ในขณะเดียวกันสำนักพิมพ์ก็ต้องคำนึงถึงต้นทุนที่เกี่ยวข้องในการผลิต เพื่อไม่ให้เกิดภาวะขาดทุน

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาโดยใช้วิธีแบบจำลอง Hedonic Pricing Model ซึ่งวิธีนี้เป็นการศึกษามูลค่าล่วงแวดล้อมเมื่อล่วงแวดล้อมเป็นคุณลักษณะ (Characteristic) อย่างใดอย่างหนึ่งของสินค้าอื่น ๆ ที่มีมูลค่าในตลาด โดยปกติแล้ว Hedonic Pricing Method นักธุรกิจนำໄไปใช้กับการศึกษาการกำหนดราคาในตลาด อสังหาริมทรัพย์และตลาดแรงงาน แต่ด้วยคุณสมบัติพิเศษของวิธีนี้จึงสามารถนำประยุกต์ใช้เพื่อศึกษาหาความ

ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างราคากับคุณลักษณะสินค้า รวมทั้งปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อราคาของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าประเภทอื่นได้

วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะเฉพาะของหนังสือที่เป็นตัวกำหนดราคานั้นสืบเล่น

ขอบเขตในการศึกษา

ในการศึกษารั้งนี้ สามารถกำหนดขอบเขตของการศึกษาโดยการศึกษาวิเคราะห์ประเภทหนังสือคือหนังสือในกลุ่มหนังสือประเภทที่เรียกว่า “How to” ซึ่งหมายถึงหนังสือประเภทให้แนวคิด แบ่งคิด โดยส่วนมากมักจะมีความสำเร็จของผู้เขียนหรือผู้ที่ใช้วิธีดังกล่าวจนประสบผลสำเร็จ อาจจะเป็นการประสบสำเร็จในชีวิตในเรื่องอะไรก็ตามที่ผู้อ่านต้องการได้แทนทุกรสี รู้สึกดีหนังสือนั้นจะเจาะจงไปที่ความสำเร็จบางอย่าง ทั้งนี้กลุ่มผู้บริโภคหรือผู้อ่านจะเป็นกลุ่มทั่วๆ ไป และเน้นที่กลุ่มวัยทำงาน โดยใช้ข้อมูลราคา และลักษณะเฉพาะของหนังสือจำนวน 100 ชื่อเรื่อง จาก 4 สำนักพิมพ์ ที่วางจำหน่ายในร้านหนังสือ

วิธีดำเนินการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยการใช้การดำเนินการ 2 วิธีคือ วิธีการเก็บข้อมูล และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิธีการเก็บข้อมูล เป็นการรวบรวมจากข้อมูลทุกประการ ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลจากตัวอย่างหนังสือที่จัดพิมพ์และวางจำหน่ายในร้านหนังสือ จำนวน 100 ชื่อเรื่อง จาก 4 สำนักพิมพ์คือ สำนักพิมพ์อมรินทร์ สำนักพิมพ์เอ็ด สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์ และสำนักพิมพ์มติชน สำนักพิมพ์ละ 25 ชื่อเรื่อง
2. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้วิธี Hedonic Pricing Model

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- เพื่อให้สำนักพิมพ์ หรือผู้ผลิตที่เกี่ยวข้อง ได้ทราบถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดราคาหนังสือ และทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการพิจารณาเลือกซื้อหนังสือ
- เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ ที่จะเข้าสู่ธุรกิจสิ่งพิมพ์ สามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการพิจารณาตัดสินใจลงทุนในธุรกิจประเภทนี้อย่างเหมาะสม ตามสภาพลักษณะของการประกอบธุรกิจ

สมมติฐานในการศึกษา

ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะเฉพาะของหนังสือเล่ม มีผลต่อการกำหนดราคาหนังสือเล่มนั้น ๆ โดยที่คุณลักษณะเฉพาะของหนังสือเล่มคือ ราคากปก จำนวนหน้า ขนาดรูปเล่ม กระดาษเนื้อที่ใช้พิมพ์ การเข้าเล่มลักษณะงานปก ทั้งนี้ในการวิเคราะห์หาปัจจัยการกำหนดราคาหนังสือเล่มนั้น ได้กำหนดตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อหนังสือเล่ม โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น ตัวแปรตาม (Dependent Variable) และ ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) โดยที่ตัวแปรตามคือ ราคาหนังสือต่อเล่มที่ซื้อจริง ส่วนตัวแปรอิสระคือคุณลักษณะต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อราคาหนังสือ ดังนี้

สามารถกำหนดรูปแบบสมการที่ใช้ในการวิเคราะห์แบบ Hedonic Pricing Model แสดงได้ดังนี้

$$P = f(\text{PAGE, SIZE, COLOR, PAPER, BIND, COVER, BRAND})$$

โดยที่ P คือ ราคาขายของหนังสือเล่ม (หน่วยเย็นบาท) เป็นตัวแปรตาม

ส่วนตัวแปรอิสระหรือปัจจัยด้านคุณลักษณะเฉพาะของหนังสือเล่มแต่ละชื่อเรื่อง ที่เป็นตัวบ่งบอกถึงต้นทุนการผลิต และคุณภาพของหนังสือเล่ม รวมทั้งสะท้อนถึงความพึงพอใจของผู้ซื้อต่อคุณภาพของหนังสือเล่ม โดยแสดงถึงปัจจัยด้านคุณลักษณะพื้นฐานของหนังสือเล่ม และกำหนดการลงค่าในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังแสดงในตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงรายละเอียดของตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์แบบ Hedonic Pricing Model

ลำดับ	ตัวแปร	อธิบายลักษณะตัวแปร
1	P	ราคาขายของหนังสือเล่ม (หรือราคากล) หน่วยเป็นบาท
2	PAGE	จำนวนหน้า
3	SIZE	ขนาดรูปเล่ม (หน่วยเป็น ตารางเซนติเมตร)
4	COLOR	งานพิมพ์สีภายในเล่ม มีค่าเป็น 1 ถ้าหนังสือมีมากกว่า 1 สี มีค่าเป็น 0 ถ้าหนังสือมี 1 สี
5	PAPER	ประเภทกระดาษที่ใช้พิมพ์งานเนื้อ มีค่าเป็น 1 ถ้าพิมพ์ด้วยกระดาษปอนด์ (Wood free) มีค่าเป็น 0 ถ้าพิมพ์ด้วยกระดาษบูร์ฟ (Newsprint)
6	BIND	การเข้าเล่ม มีค่าเป็น 1 ถ้าเป็นแบบเย็บกี มีค่าเป็น 0 ถ้าเป็นแบบไส้กา
7	COVER	รูปแบบปก มีค่าเป็น 1 ถ้าเป็นปกแข็ง มีค่าเป็น 0 ถ้าเป็นปกอ่อน
8	BRAND _s	ยี่ห้อสำนักพิมพ์ มีค่าเป็น 1 ถ้าเป็นหนังสือที่ผลิตโดยสำนักพิมพ์ชีเอ็ด (SE-ED) มีค่าเป็น 0 ถ้าเป็นหนังสือที่ผลิตโดยสำนักพิมพ์อื่น
9	BRAND _A	ยี่ห้อสำนักพิมพ์ มีค่าเป็น 1 ถ้าเป็นหนังสือที่ผลิตโดยสำนักพิมพ์อมรินทร์ (Amarin) มีค่าเป็น 0 ถ้าเป็นหนังสือที่ผลิตโดยสำนักพิมพ์อื่น
10	BRAND _N	ยี่ห้อสำนักพิมพ์ มีค่าเป็น 1 ถ้าเป็นหนังสือที่ผลิตโดยสำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์ (Nation Books) มีค่าเป็น 0 ถ้าเป็นหนังสือที่ผลิตโดยสำนักพิมพ์อื่น

ลักษณะของโครงสร้างของตัวแบบที่ใช้ในการศึกษา

ในการวิเคราะห์หาปัจจัยกำหนดราคาหนังสือเล่ม ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บข้อมูลของผลิตภัณฑ์หนังสือจำนวน 4 สำนักพิมพ์ โดยพิจารณาจากกลุ่มหนังสือประเภทเดียวกันคือ กลุ่มหนังสือทางด้านการบริหารจัดการ ซึ่งเป็นหนังสือที่ให้ความรู้ทางด้านการบริหารองค์กร การจัดการธุรกิจ โดยมีเนื้อหาในรูปแบบให้แนวคิด ข้อคิด วิธีการ ตัวอย่างด้านการจัดการหรือการบริหารงาน โดยอาจจะมีเนื้อหาที่มาจากการบุคคล และหรือองค์กร ซึ่งส่วนมากจะมีความสำเร็จของผู้เขียนหรือผู้ที่ใช้วิธีดังกล่าวจนประสบผลสำเร็จ ซึ่งส่วนใหญ่คือการประสบสำเร็จในชีวิตในเรื่องอะไรก็ตามที่ผู้อ่านต้องการ ได้แก่ทุกเรื่อง หรืออาจจะเจาะจงไปที่ความสำเร็จบางอย่าง ก็ได้

การสำรวจครั้งนี้ คาดการณ์ที่จำนวนพิมพ์หนังสือทุกรายการอยู่ที่ รายการละ 3,000 เล่ม ซึ่งเป็นจำนวนพิมพ์ที่ทำให้คุ้มต้นทุนการผลิตของสำนักพิมพ์และสร้างสภาพการทำงานกำไรได้

ส่วนกระดาษที่ใช้ในกรณีที่เป็นกระดาษปอนด์ขาว (Wood free) หมายถึง กระดาษที่ไม่น้ำหนักกระดาษ 70 แกรม ขึ้นไป แต่ไม่เกิน 100 แกรม มีเนื้อกระดาษสีขาว และผิวเรียบ ส่วนกระดาษปรีฟ (Newsprint) จะเป็นกระดาษที่มีน้ำหนักประมาณ 50 – 60 แกรม มีเนื้อกระดาษสีเหลือง และผิวหยาบ

ข้อมูลราคาและลักษณะเฉพาะของหนังสือเล่มของสำนักพิมพ์ทั้ง 4 จำนวนรวม 100 รายการสำนักพิมพ์ละ 25 รายการ ดังแสดงในตารางที่ 2 ถึง ตารางที่ 5

ตารางที่ 2 สรุปข้อมูลของสำนักพิมพ์ชี้อีด

คุณลักษณะเฉพาะ	ข้อมูลที่ໄດ້	มูลค่า/จำนวนที่ໄດ້
ราคากล	สูงสุด	379 บาท
	ต่ำสุด	120 บาท
	รวมราคากลทั้งหมด	5,437 บาท
	ราคากลลี่ย/เล่ม	217.48 บาท
	ราคากลลี่ย/หน้า	0.84 บาท
จำนวนหน้า	สูงสุด	424 หน้า
	ต่ำสุด	128 หน้า
	รวมจำนวนหน้าทั้งหมด	6,500 หน้า

ตารางที่ 2 (ต่อ)

คุณลักษณะเฉพาะ	ข้อมูลที่ได้	มูลค่า/จำนวนที่ได้
ขนาดรูปเล่ม (พื้นที่)	500 ตร.ซม.	1 รายการ
	305 ตร.ซม.	23 รายการ
	247 ตร.ซม.	1 รายการ
งานพิมพ์ (เนื้อใน)	1 สี	12 รายการ
	2 – 4 สี	13 รายการ
กระดาษที่ใช้พิมพ์ (เนื้อใน)	ปอนด์ขาว (Wood free)	17 รายการ
	ปรัชฟ (Newsprint)	8 รายการ
การเข้าเล่ม	แบบไส้กาวย	24 รายการ
	แบบเย็บกี๊	1 รายการ
รูปแบบปก	ปกอ่อน	25 รายการ
	ปกแข็ง	- รายการ

ที่มา: จากการเก็บข้อมูลของสำนักพิมพ์ผู้ผลิต จำนวน 25 รายการ (ชื่อเรื่อง)

ตารางที่ 3 สรุปข้อมูลของสำนักพิมพ์มีรินทร์

คุณลักษณะเฉพาะ	ข้อมูลที่ได้	มูลค่า/จำนวนที่ได้
ราคากล่อง	สูงสุด	350 บาท
	ต่ำสุด	159 บาท
	รวมราคากล่องทั้งหมด	5,608 บาท
	ราคาเฉลี่ย/กล่อง	224.32 บาท
	ราคาเฉลี่ย/หน้า	0.94 บาท
จำนวนหน้า	สูงสุด	480 หน้า
	ต่ำสุด	136 หน้า
	รวมจำนวนหน้าทั้งหมด	5,971 หน้า

ตารางที่ 3 (ต่อ)

คุณลักษณะเฉพาะ	ข้อมูลที่ได้	มูลค่า/จำนวนที่ได้
ขนาดรูปเล่ม (พื้นที่)	500 ตร.ซม.	1 รายการ
	340 ตร.ซม.	2 รายการ
	305 ตร.ซม.	16 รายการ
	250 ตร.ซม.	1 รายการ
งานพิมพ์สี (เนื้อใน)	1 สี	6 รายการ
	2 – 4 สี	19 รายการ
กระดาษที่ใช้พิมพ์ (เนื้อใน)	ปอนด์ขาว (Wood free)	23 รายการ
	ปรัฟ (Newsprint)	2 รายการ
การเข้าเล่ม	แบบไส้กาวยาง	25 รายการ
	แบบเย็บกีด	- รายการ
รูปแบบปก	ปกอ่อน	25 รายการ
	ปกแข็ง	- รายการ

ที่มา: จากการเก็บข้อมูลของสำนักพิมพ์ผู้ผลิต จำนวน 25 รายการ (ชื่อเรื่อง)

ตารางที่ 4 สรุปข้อมูลของสำนักพิมพ์ในชั้นบัญชี

คุณลักษณะเฉพาะ	ข้อมูลที่ได้	มูลค่า/จำนวนที่ได้
ราคากล่อง	สูงสุด	595 บาท
	ต่ำสุด	130 บาท
	รวมราคากล่องทั้งหมด	7,015 บาท
	ราคาเฉลี่ย/กล่อง	280.60 บาท
	ราคาเฉลี่ย/หน้า	0.88 บาท
จำนวนหน้า	สูงสุด	864 หน้า
	ต่ำสุด	140 หน้า
	รวมจำนวนหน้าทั้งหมด	7,960 หน้า

ตารางที่ 4 (ต่อ)

คุณลักษณะเฉพาะ	ข้อมูลที่ได้	มูลค่า/จำนวนที่ได้
ขนาดรูปเล่ม (พื้นที่)	336 ตร.ซม.	1 รายการ
	305 ตร.ซม.	23 รายการ
	238 ตร.ซม.	1 รายการ
งานพิมพ์สี (เนื้อใน)	1 สี	24 รายการ
	2 – 4 สี	1 รายการ
กระดาษที่ใช้พิมพ์ (เนื้อใน)	ปอนด์ขาว (Wood free)	3 รายการ
	ปรัชฟ (Newsprint)	22 รายการ
การเข้าเล่ม	แบบไส้กาวย	24 รายการ
	แบบเย็บกี	1 รายการ
รูปแบบปก	ปกอ่อน	24 รายการ
	ปกแข็ง	1 รายการ

ที่มา: จากการเก็บข้อมูลของสำนักพิมพ์ผู้ผลิต จำนวน 25 รายการ (ชื่อเรื่อง)

ตารางที่ 5 สรุปข้อมูลของสำนักพิมพ์ติดชน

คุณลักษณะเฉพาะ	ข้อมูลที่ได้	มูลค่า/จำนวนที่ได้
ราคากล่อง	สูงสุด	399 บาท
	ต่ำสุด	154 บาท
	รวมราคากล่องทั้งหมด	6,330 บาท
	ราคาเฉลี่ย/กล่อง	253.20 บาท
จำนวนหน้า	ราคาเฉลี่ย/หน้า	0.95 บาท
	สูงสุด	384 หน้า
	ต่ำสุด	200 หน้า
รวมจำนวนหน้าทั้งหมด		6,650 หน้า

ตารางที่ 5 (ต่อ)

คุณลักษณะเฉพาะ	ข้อมูลที่ได้	มูลค่า/จำนวนที่ได้
ขนาดรูปเล่ม (พื้นที่)	474 ตร.ซม.	2 รายการ
	420 ตร.ซม.	2 รายการ
	360 ตร.ซม.	6 รายการ
	305 ตร.ซม.	10 รายการ
	245 ตร.ซม.	5 รายการ
งานพิมพ์สี (เนื้อใน)	1 สี	16 รายการ
	2 – 4 สี	9 รายการ
กระดาษที่ใช้พิมพ์ (เนื้อใน)	ปอนด์ขาว (Wood free)	19 รายการ
	ปั๊ฟ (Newsprint)	6 รายการ
การเข้าเล่ม	แบบไส้กาวยาง	19 รายการ
	แบบเย็บกีด	6 รายการ
รูปแบบปก	ปกอ่อน	22 รายการ
	ปกแข็ง	3 รายการ

ที่มา: จากการเก็บข้อมูลของสำนักพิมพ์ผู้ผลิต จำนวน 25 รายการ (ชื่อร่อง)

ผลการคำนวณสมการราคาหนังสือเล่มด้วยตัวแบบ Hedonic Pricing

การศึกษาได้ทำการคำนวณสมการราคาทั้ง 3 แบบจำลอง คือ แบบจำลองเส้นตรง (Linear แบบกึ่งล็อก (Se-mi log) และแบบล็อก (Double log) ผลการคำนวณแสดงในตารางที่ 6 จากการเปรียบเทียบการประเมินผลการคำนวณด้วยมารการทางสถิติและมาตรการทางเศรษฐศาสตร์ แบบจำลองเส้นตรง เป็นแบบจำลองที่ให้ผลดีที่สุด กล่าวคือ ให้ค่า R^2 ที่มากที่สุด นั่นคือ $R^2 = 0.79$ และให้มีเครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยกำหนดแต่ละปัจจัยที่มีความเป็นไปได้ใกล้เคียงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ดังนั้น การศึกษาจึงเลือกแบบจำลองเส้นตรง รายละเอียดผลการคำนวณตัวแบบเส้นตรง แสดงตามรูปที่ 1

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบผลที่ได้จากการแบนแบบจำลอง ทั้ง 3แบบ

ตัวแปรอิสระ	แบบจำลองที่ 1	แบบจำลองที่ 2	แบบจำลองที่ 3
	ค่าสัมประสิทธิ์	ค่าสัมประสิทธิ์	ค่าสัมประสิทธิ์
ค่าคงที่	8.273199	4.622774	0.608831
คุณลักษณะพื้นฐาน			
PAGE	0.505478	0.001810	0.569518
SIZE	0.261953	0.001008	0.290975
COLOR	21.52599	0.074282	0.089232
PAPER	-3.616255	-0.019514	-0.023705
BINDING	61.35081	0.203505	0.193942
COVER	39.28943	0.085509	0.096510
BRAND _S	-14.39989	-0.085007	-0.102276
BRAND _A	4.181842	-0.003633	-0.013840
BRAND _N	26.55056	0.052704	0.061319
R ²	0.787316	0.735805	0.743946
F-Statistics	37.01811	27.85083	29.05423

ที่มา: จากการคำนวณ

Dependent Variable: P Method: Least Squares Date: 02/07/17 Time: 14:31 Sample: 0001 0100 Included observations: 100				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	8.273199	28.78564	0.287407	0.7745
PAGE	0.505478	0.036539	13.83405	0.0000
SIZE	0.261953	0.077132	3.396180	0.0010
COLOR	21.52599	8.986862	2.395273	0.0187
PAPER	-3.616255	9.797515	-0.369099	0.7129
BINDING	61.35081	20.72872	2.959701	0.0039
COVER	39.28943	28.04286	1.401049	0.1646
BRANDS	-14.39989	11.00849	-1.308071	0.1942
BRANDA	4.181842	11.78185	0.354939	0.7235
BRANDN	26.55056	12.97489	2.046303	0.0436
R-squared	0.787316	Mean dependent var	243.8100	
Adjusted R-squared	0.766048	S.D. dependent var	76.19482	
S.E. of regression	36.85439	Akaike info criterion	10.14647	
Sum squared resid	122242.1	Schwarz criterion	10.40698	
Log likelihood	-497.3233	Hannan-Quinn criter.	10.25190	
F-statistic	37.01811	Durbin-Watson stat	1.761394	
Prob(F-statistic)	0.000000			

รูปที่ 1 แสดงผลลัพธ์ที่ได้จากการคำนวณ โดยใช้สมการเด่นตรง

ที่มา: จากการคำนวณ

ประเมินตัวแบบสมการเส้นตรง ให้ข้อสรุปดังนี้

1. ปัจจัยที่มีนัยสำคัญหรือมีนัยสำคัญในการกำหนดราคาหนังสือ มี 5 ปัจจัย ได้แก่ ได้แก่ จำนวนหน้า (PAGE) ขนาดของเล่ม (SIZE) สี (COLOR) การเข้าเล่ม (BINDING) และสำนักพิมพ์เนชั่น (BRANDN)
2. ปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญ (มีความสำคัญน้อย) มี 4 ปัจจัย ได้แก่ ประเภทของกระดาษที่ใช้ (PAPER) ลักษณะของปก (COVER) และ ชื่อของสำนักพิมพ์อัมรินทร์ (BRANDA) และสำนักพิมพ์ชีเอ็ค (BRANDS)
3. ตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาหนังสือเล่นทุกตัวแปร มีเครื่องหมายหน้าสัมประสิทธิ์ เป็นไปตามที่ได้คาดหมายไว้ กล่าวคือ สัมประสิทธิ์ของตัวแปรจำนวนหน้าเป็นบวก หมายถึง ถ้าหนังสือมีจำนวนหน้ามากขึ้นราคาก็จะสูงขึ้น เช่นเดียวกันตัวแปรขนาดของเล่มมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก หมายถึง ถ้าขนาดของเล่มเพิ่มขึ้น ราคาก็จะเพิ่มขึ้น ส่วนตัวแปรสีของหนังสือ มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก สี (COLOR) เป็นตัวแปรหุ่น มีค่าเป็น 1 แทนหนังสือที่มีสีมากกว่า 2 สีขึ้นไป และมีค่าเป็น 0 เมื่อหนังสือมี 1 สี จึงตีความว่า เมื่อหนังสือมีสีมากจะทำให้หนังสือมีราคาสูงขึ้น ตัวแปรการเข้าเล่ม เป็นตัวแปรหุ่น กำหนดให้มีค่าเป็น 1 ถ้าหนังสือเข้าเล่มแบบเย็บกี และมีค่าเป็น 0 ถ้าหนังสือเข้าเล่มแบบไส้กา ค่าสัมประสิทธิ์นี้ค่าเป็นบวก หมายความว่า หนังสือเข้าเล่มแบบเย็บกีจะมีราคาสูงกว่าหนังสือเข้าเล่มแบบไส้กา
4. สำหรับตัวแปรที่ใช้แทนสำนักพิมพ์ไม่มีนัยสำคัญในการกำหนดราคาหนังสือ ยกเว้นสำนักพิมพ์ เนชั่นที่มีนัยสำคัญ และการที่เครื่องหมายหน้าตัวแปรสำนักพิมพ์เนชั่นมีค่าเป็นบวก สะท้อนให้เห็นว่า ราคาหนังสือพิมพ์ของสำนักพิมพ์นี้จะสูงกว่าหนังสือของสำนักพิมพ์อื่น

การทดสอบความแม่นยำของการพยากรณ์

การศึกษาได้ทำการสุ่มตัวอย่างผลิตภัณฑ์หนังสือของแต่ละสำนักพิมพ์ สำนักพิมพ์ละ 5 ชื่อเรื่องรวม 20 รายการ เพื่อพยากรณ์ราคาจากสมการราคา Hedonic ที่คำนวนได้

$$P = 8.27 + 0.50(\text{PAGE}) + 0.26(\text{SIZE}) + 21.52(\text{COLOR}) - 3.61(\text{PAPER}) + 61.35(\text{BINDING}) + 39.28(\text{COVER}) - 14.40(\text{BRAND}_S) + 4.18(\text{BRAND}_A) + 26.55(\text{BRAND}_N)$$

ผลการพยากรณ์แสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงค่าพยากรณ์ที่ได้จากสมการแบบจำลอง

ลำดับ	สำนักพิมพ์	ราคาปกจริง (บาท)	ราคายากรณ์ (บาท)
1	อมรินทร์	175	188
2		350	333
3		245	278
4		275	261
5		345	384
6	ชีเอ็ค	379	343
7		165	182
8		120	268
9		150	256
10		160	214
11	เบนซ์บุ๊กส์	365	323
12		375	261
13		395	421
14		550	551
15		595	395
16	มติชน	379	342
17		165	182
18		120	268
19		150	256
20		160	214

ที่มา: จากการคำนวณ

ข้อถ้อยคำจากการวิเคราะห์สมการ Hedonic Price

1. ค่า R^2 มีค่าเท่ากับ 0.79 และเนื่องจากปัจจัยด้านคุณลักษณะของหนังสือ สารท้อนถึงต้นทุนการผลิต ได้แก่ จำนวนหน้า ขนาดของเล่ม สี การเข้าเล่ม ประเภทของกระดาษที่ใช้ เป็นต้น และ ความมีชื่อเสียงของ สำนักพิมพ์ ดังนั้น จึงสามารถจะสรุปได้ว่า ประมาณวันละ 79 ของราคานั้นถือเป็นต้นทุนการผลิต ส่วนร้อยละ 22 เป็นค่าบริหารจัดการและกำไร รวมถึงค่าการตลาด ความมีชื่อเสียงของนักเขียน เป็นต้น

2. ผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนการผลิตลงได้เพื่อลดราคาย โดยการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะของ หนังสือ จากคุณลักษณะที่ไม่ได้มีบทบาทที่สำคัญในการกำหนดราคา ได้แก่ ประเภทของกระดาษ และลักษณะ

ของปก โดยที่ปัจจัยที่มีนัยสำคัญ (มีบทบาทมาก) ได้แก่ จำนวนหน้า ขนาดรูปเล่ม จำนวนสีที่ใช้ในการพิมพ์ และลักษณะการเข้าเล่ม ส่วนปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญ (มีบทบาทน้อย) ได้แก่ ประเภทของกระดาษที่ใช้พิมพ์งานเนื้อใน และลักษณะรูปแบบปก คือ แบบปกแข็ง หรือปกอ่อน

ข้อค้นพบจากการพยากรณ์ราคา

เมื่อนำค่าตัวอย่างของหนังสือเล่มที่ได้ไปคำนวณหาค่าพยากรณ์โดยใช้สมการ Hedonic Price แล้วพบว่า

1. ราคายิงทิ้งที่สำนักพิมพ์กำหนด ส่วนใหญ่มีราคาต่ำกว่าราคายิงที่นี่ต่ำกว่าร้อยละ 7
2. ราคายกรณ์จากสมการ Hedonic Price เป็นราคายโดยเฉลี่ย ดังนั้น ราคายิงที่สำนักพิมพ์กำหนดจึงต่ำกว่าราคานเฉลี่ย ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า มีการแย่งชิงทางด้านราคาระหว่างสำนักพิมพ์ รวมทั้งสำนักพิมพ์กำหนด ราคาให้ต่ำ เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคหรือผู้อ่านซื้อหนังสือเล่ม แทนการหาอ่านจากช่องทางอื่น หรือจากสื่อประเภทอื่น เช่น e-Book หรือ สื่อออนไลน์ เป็นต้น

ข้อจำกัดในการศึกษา

ในการศึกษารังนี้ ไม่ได้นำปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อราคานั้นสืบเล่มเข้ามาศึกษาด้วย เช่น ค่าการตลาด และ ความมีชื่อเสียงของนักเขียน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังไม่ได้นำจำนวนพิมพ์ที่แท้จริงของการพิมพ์ หนังสือแต่ละชื่อเรื่องเข้ามาศึกษา เพราะเป็นข้อมูลไม่เปิดเผยของทุกสำนักพิมพ์ ผู้ศึกษาจึงใช้การคาดการณ์ที่จำนวนพิมพ์ 3,000 เล่ม ต่อ 1 ชื่อเรื่อง

ข้อเสนอแนะในการศึกษาต่อ

เนื่องจากในด้านของการใช้สมการ Hedonic Price ให้ความสนใจเฉพาะราคาที่กำหนดไว้ ไม่ได้พิจารณาถึงค่าน้ำอื่น อีกทั้งยังไม่มีการวิจัยใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตั้งราคา กอร์กันในสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันที่อยู่ในภาวะตกต่ำ หนังสือไม่ใช่สินค้าที่จำเป็นต่อการบริโภค และการเลือกซื้อจะกระทำหลังจากที่ผู้บริโภคได้จับจ่ายใช้สอยไปกับสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตแล้ว ดังนั้นการที่จะศึกษาในเรื่องนี้ต่อ ผู้ที่สนใจจึงควรจะศึกษาเพิ่มเติมต่อในเรื่องดังต่อไปนี้เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในการศึกษามากขึ้น

1. การตอบสนองของผู้บริโภคต่อราคานั้นสือ เช่น ผู้บริโภคหรือผู้อ่านมักจะรอค่อยซื้องานกิจกรรมทางด้านหนังสือ ซึ่งสำนักพิมพ์ส่วนใหญ่จะนำหนังสือของตนเองมาลดราคาลงมากกว่าร้อยละ 50 เป็นต้น

2. พฤติกรรมของผู้บริโภคภายใต้บริบทของการเลือกซื้อ เช่น พิจารณาจากเนื้อหาของหนังสือที่ราคา

ซื้อเสียงของนักเขียน ซื้อเสียงของสำนักพิมพ์ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

MGR Online. (2556). ชาติธุรกิจหนังสือ ต้อง “Beyond Book” ถึงรอด, ค้นเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2556, จาก <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9560000023896>.

ไทยพับลิก้า. (2559). งานสัปดาห์หนังสือ...ทำร้ายวงการหนังสือ? (28 กุมภาพันธ์ 2559), ค้นเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2559, จาก <http://thaipublica.org/2016/02/>.

ไทยพับลิก้า. (2559). อีกทางของธุรกิจนิตยสารไทย (14 กุมภาพันธ์ 2559). ค้นเมื่อวันที่ 18 ธันวาคม 2559, จาก <http://thaipublica.org/2016/02/print-6/> Free Copy.

ชนยพร วรรณประเสริฐ และ ชาตรี ไใตฟ์. (2559). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดหนังสือนานิยายไทยของสำนักพิมพ์ และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.. ค้นเมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2559, จาก <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9560000023896>.

พงษ์พิพัฒน์ บัญชานันท์. (2560). หนังสือไทยขายแพง เรื่องจริงหรือคิดกันไปเอง?. ค้นเมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <https://thematter.co/pulse/why-are-thai-books-so-expensive/16699>. 20.01.17

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2559). จับตาธุรกิจรุ่งหรือร่วงปี 60. ค้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2560, จาก www.kasikornbank.com

สมนึก เอ็มจิระพงษ์พันธ์. (2557). การบัญชีต้นทุน แนวคิดการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์และการบันทึกบัญชี (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาฯ.

สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย. (2556). ภาวะอุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ปี 2554 คาดการณ์ปี 2555 และแนวโน้มปี 2556. ค้นเมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2559, จาก www.pubat.or.th/document/.

สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย. (2560). กระดาษตาย! ออนไลน์มา? ภาค 2. ค้นเมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2560, จาก <http://www.pubat.or.th/index/pages/News%20Feed/45cbdeb6840b2ea36eb1cda6241979e9>.

สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย. (2560). กระดาษตาย! ออนไลน์มา? ภาค 1. ค้นเมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2560, จาก <http://www.pubat.or.th/index/pages/News%20Feed/830b86d342ed5763b2c375785d75194a>.

สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย. (2560). งานสัปดาห์หนังสือครั้งที่ 45ฯ ดีทั้งปริมาณ
คนร่วมงานและคุณภาพหนังสือออกใหม่. ค้นเมื่อวันที่ 12 เมษายน 2560, จาก

<http://www.pubat.or.th/index/pages/News%20Feed/aae5baa44a413f59451e8c026bf2bf97>.

สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย. (2560). รายนามและหมายเลขอของผู้ได้รับการเสนอชื่อ¹
เข้ารับการเลือกตั้งเป็นนายกและกรรมการสมาคมผู้จัดพิมพ์ฯ วาระปี 2560 – 2562 : วิสัยทัศน์. ค้นเมื่อ
วันที่ 15 พฤษภาคม 2560, จาก <https://drive.google.com/file/d/0B1vnQHco7xZIWIdaWG9Zb2NPOW8/view>.

สภาพธุรกิจอุตสาหกรรมการพิมพ์. (2549). การศึกษาโครงสร้างธุรกิจและโอกาสทางการตลาดธุรกิจการพิมพ์. ค้น
เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2559, จาก www.dbd.go.th.

สำนักข่าวอิสรา. (2559). สิ่งพิมพ์เข้าขั้นวิกฤตแท้จริง! 5 ค่ายสื่อโซเชียลตัวเลขไตรมาส 3 ขาดทุนพรีบต่อเนื่อง. ค้น
เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม 2559, จาก <http://isranews.org/isranews-scoop/item/51739-reporttwoofrfsddddeuu.html>,

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไทย. (2559). สรุปภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมปี 2558 และแนวโน้มปี 2559.
ค้นเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2559, จาก www.oie.go.th/annual2015.

สำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไทย. (2559). ชี้กรุงสิ่งพิมพ์ไทย. ค้นเมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2559, จาก
www.ditp.go.th..



รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

1. รศ.ดร. โ似มสกาว เพชรานันท์
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. รศ.ดร. สุจินดา เจียมครีพงษ์
คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการต่อสู้การ
มหาวิทยาลัยนเรศวร
3. รศ.ดร. สุขัญญา ทองรักษ์
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
4. พศ.ดร. รัตนิ โวสถานันต์กุล
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
5. พศ.ดร. กัทท่า เกิดเรือง
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
6. พศ.ดร. จุฑาทิพย์ จวนิช
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
7. พศ.ดร. ภูรี ติรสุนทร
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
8. พศ.ดร. สุรัตน์ ทิรมาภิบาล
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
9. รศ.ดร. สิทธิเดช พงศ์กิจารถิน
คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
10. พศ.ดร. พิมพ์ สุ่นสวัสดิ์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
11. พศ.ดร. ศิวพงศ์ ชีรจำพน
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
12. พศ.ดร. ภาคพร วัฒน์ธรรมวงศ์
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
13. พศ.ดร. นนท์ สนธิรชากานต์
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
14. พศ.ดร. อรอนงค์ ลองพิชัย
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
15. พศ.ดร. ศิริรัตน์ เกียรติป้อมชัย
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
16. พศ.ดร. ณัฐพรพรรณ อุตมา
ดำเนินกิจการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
17. พศ.ดร. ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
18. พศ.ดร. อดิศักดิ์ ชีรานุพัฒนา
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
19. ดร. วศิน ศิริสุณห์
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
20. ดร. นร. ปิติดล
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
21. ดร. ชญาณี ช่วยโน้นทัย
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
22. ดร. เนื้อแพร เล็กเพื่องฟู
คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
23. ดร. ทองไหญ อัยยะวรากุล
คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

24. ดร.นิรมล อริยาภกานล	คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
25. ดร.มาโนช โพธารกรณ์	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
26. ดร.ณพ พงศ์กุลวุฒิ	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
27. ดร.จิราคม สิริศรีสกุลชัย	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
28. ดร.โวจนา ธรรมจินดา	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
29. ดร.มานะ ลักษมีอรุ โภทข	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
30. ดร.ชิดตะวัน ชนะกุล	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
31. ดร.ธีรศักดิ์ ทรัพย์โอบล	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
32. ดร.ณัฐพล พจนประเสริฐ	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
33. ดร.พิชญา บุญศรีรัตน์	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
34. ดร.ธัญมชัย บุญสรุgmี	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น สถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง
35. ดร.กฤษณะ ตั้ตตัวฒนานนท์	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
36. ดร.ยศ อมรกิจวิถย์	คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
37. ผศ.ดร.พรศรี สีบพงษ์สังข์	คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
38. ดร.ธันยพร จันทร์กระจ่าง	คณะเกษตรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ជំពូកទី២

- | | |
|-------------------------------------|------------------------------------|
| 1. รศ.ดร.ภวิต นิตาใบ | คณะศรีษะศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 2. รศ.ดร.ปริญญา จิตราภัณฑ์ | คณะศรีษะศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 3. รศ.บุญธรรม ราชรักษ์ | คณะศรีษะศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 4. รศ.ดร.นกร อึ้มศิริวัฒนา | คณะศรีษะศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 5. รศ.อติ ไทยานันท์ | คณะศรีษะศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 6. รศ.ดร.รำจวน เบญจกิจิ | คณะศรีษะศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 7. ดร.เบญจวรรณรี โชคช่องนิรันดร์ | คณะศรีษะศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 8. อาจารย์วัลลภ คุ้มประดิษฐ์ | คณะศรีษะศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 9. อาจารย์ขวัญ เพชรสว่าง | คณะศรีษะศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 10. อาจารย์วรรณา พงษ์ ดุรงค์เวโรจน์ | คณะศรีษะศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 11. อาจารย์จินตนา เมืองเลื่ein | คณะศรีษะศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 12. อาจารย์วนิดา พิมพ์โภคร | คณะศรีษะศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 13. อาจารย์นงนุช อินทร์วิเศษ | คณะศรีษะศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง |